

BIBLIOGRAPHY

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.
- Agunggunanto, E. Y., & Kushartono, E. W. (2016). PENGEMBANGAN DESA MANDIRI MELALUI PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDes). *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 67-81.
- Andrivet, M. (2015, 10 27). *journal*. Diambil kembali dari <https://www.thebrandingjournal.com/>:
<https://www.thebrandingjournal.com/2015/10/what-is-branding-definition>
- Anwar, K. (2015). HUBUNGAN KERJA ANTARA KEPALA DESA DENGANBADAN PERMUSYAWARATAN DESA (BPD)MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 6 TAHUN 2014 TENTANG DESA. *Jurnal IUS*, 207-222.
- Armayuda, E., & Pragadeva, R. (2020). METODE DESAIN DARI BRAND MENJADI MASKOT BERDASARKAN ADAPTASI METODE ALINA WHEELER KE DALAM MODEL 5M. *Andharupa : Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia*, 6(2), 277-287. doi:<https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3622>
- Aryani, T. N., Ardhianto, P., & Utami, M. P. (2024, 8). Penerapan Teori Big Five Personality dalam Perancangan Karakter Maskot. *Visualita : Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 13(1), 39-55. doi:<https://doi.org/10.34010/visualita.v13i1.12715>
- Aspelund, K. (2020). *The Design Process*. Bloomsbury Publishing.
- Azuwandri, & dkk. (2021). Sosialisasi Pembangunan Ekonomi Desa Terpadu Desa Talang Kemang Kecamatan Semidang Alas Maras Kabupaten Seluma. *Jurnal Kewirausahaan & Bisnis Volume 3 Issue 2*, 99-102.
- Baryadi, P. (2007). *Teori Ikon Bahasa: Salah Satu Pintu Masuk ke Dunia Semiotika*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- BPS Kab. Kediri. (2015). *Statistik Daerah Kecamatan Kepung 2015*. Kediri: Badan Pusat Statistik kabupaten Kediri.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins.
- Darisman, A. (2022, 11 30). *pengenalan-ilustrasi-dan-maskot*. Diambil kembali dari <https://binus.ac.id/>: <https://binus.ac.id/bandung/2022/12/pengenalan-ilustrasi-danmaskot/>
- Diskoperasi Kab. Kediri. (2023). *product*. Diambil kembali dari umkm.kedirikab.go.id:
<https://umkm.kedirikab.go.id/product/stik-talas-talastik>
- Dutka, S. (1995). *DAGMAR: Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results (2nd Edition)*. New York: Association of National Advertisers.

- Erdiana, S. P., & Yurisma, D. Y. (2022, 6). A Karakter Maskot Sebagai Alat Pendukung City Branding Berbasis Budaya Kota: Studi Kasus Kota Ponorogo. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 7(2), 112-122.
doi:<https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v7i2.585>
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Book, Inc.
- Gugat, T. D., & Amri, A. (2023). ANALISIS SAYEMBARA LOGO BNI LIFE 24 TAHUN SEBAGAI DASAR PUTUSAN PEMENANG DENGAN METODE SKORING. *Jurnal Desain*, Vol.10, No. 2, 400-420.
- Haryanto, S. (2019). *Psikologi Warna dalam Desain dan Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Huda. (2025, 9 24). Wawancara dengan Mas Huda. (R. J. Firmansyah, Pewawancara)
- Hwang, S., & Kim, J. (2020). Gestalt principles and brand recall in logo design. *Design Studies Journal*, 41(2), 115-130.
- jatimsmart.id. (2020, 7 15). *news*. Diambil kembali dari jatimsmart.id:
https://jatimsmart.id/temuan-petir-taan-kuno-di-desa-brumbung-indikasikan-adanyakompleks-percandian/?utm_source=chatgpt.com
- Juwito. (2025, 9 24). Wawancara dengan Bapak Juwito. (R. J. Firmansyah, Pewawancara)
- Kamil, H. (2023). Pengembangan Sumber Daya Manusia Kerajinan Tangan Melalui Pelatihan dalam Upaya Meningkatkan UMKM . *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 123-136.
- Kapferer, J.-N. (2017). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. *Journal of Brand Management: Advanced Collections*, 25-41.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition*. Pearson.
- Kemendes PDRT. (2024). *PERATURAN MENTERI NOMOR 9 TAHUN 2024, TENTANG INDEKS DESA*.
- Kemenpar RI. (2025, 5 28). *berita*. Diambil kembali dari [kemenpar.go.id](https://www.kemenpar.go.id):
https://www.kemenpar.go.id/berita/siaran-pers-kementerian-pariwisata-laporkan-pertumbuhan-positif-wisatawan-mancanegara-dan-wisatawannusantara?utm_source=chatgpt.com
- Kemenparekraf. (2025, 1 31). Diambil kembali dari bob.kemenparekraf.go.id:
https://bob.kemenparekraf.go.id/371941-5-program-kementerian-pariwisata/?utm_source=chatgpt.com
- Keraf, A. S. (2010). *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson India Education Services.

- Kurnia, M. I. (2024). Challenges and Solutions for Village Branding in West Java. *Indonesian Journal of Community Empowerment (IJCE)*, 5(2).
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar Tipografi: Sebuah Kajian Desain Huruf untuk Komunikasi Visual*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, A. (2020). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Maslahah, S. A., & Arifianto, P. F. (2024). PERAN DAN PENGARUH DESAIN GRAFIS DALAM PERANCANGAN MASKOT SEBAGAI IDENTITAS VISUAL PT COLAR CREATIV INDUSTRI (LIVING). *Jurnal Synakarya*, Vol. 5, No. 1, 53-68.
- Masnuna, & Susanti, W. D. (2021, 11-12). DESAIN SIGN SISTEM BADAN USAHA MILIK DESA BERBEK (BUMBER). *Jurnal Seni Rupa & Desain*, 24(3), 159-166.
- Muktamar, A. (2024). Karakter Kepemimpinan Ideal pada Era Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 97-103.
doi:<https://doi.org/10.55904/histeria.v3i2.341>
- Nelsa, A., Permana, A. W., & A, T. R. (2024). *Mengurai pesan visual ikon, indeks, dan simbol dalam desain komunikasi modern*. Purbalingga: CV. Sketsa Media.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. New York: Basic Books.
- Noviyanti, S. S., & Fitriah, M. (2023). BRANDING POTENSI LOKAL DESA WISATA KABANDUNGAN MELALUI DESAIN VISUALISASI PADA MEDIA LUAR RUANG. *Karimah Tauhid*, 2(5).
- Nur, M., Asraf, Razak, A., Tambunan, R., & Paluala, K. (2025). Optimalisasi Potensi Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal Menuju Desa Mandiri dan Sejahtera di Kabupaten Konawe Utara. *ArusJurnal Sosial dan Humaniora (AJSH)*, 165-178.
- Nurmana, A. B. (2022, 12 20). *artikel*. Diambil kembali dari desain-komunikasi-visuals1.stekom.ac.id: <https://desain-komunikasi-visuals1.stekom.ac.id/artikel/pentingnyamaskot-bagi-perusahaanbranding>
- PB, S. N., Andreas, & Nugroho, J. A. (2021, 9). PENGEMBANGAN “JURNAL PROSES DESAIN” SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PERANCANGAN DESAIN. *Jurnal Desain*, 9(1), 131-142. doi:<http://dx.doi.org/10.30998/jd.v9i1.10690>
- Pemkab Kediri. (2025, 6 31). Diambil kembali dari youtube.com:
<https://www.youtube.com/watch?v=Fh1Xnt3xV9s#:~:text=Desa%20Brumbung%2C%20Kecamatan%20Kepung%2C%20merayakan%20Hari%20Jadi,dari%20peradaban%20Panjalu.%20Wakil%20Bupati%20Kediri%20Dewi>
- Prasetyo, A. D., & Arifianto, P. F. (2023). PENGARUH WARNA, BENTUK, DAN TIPOGRAFI DESAIN LOGO UKEL SEBAGAI BRAND DARI PT. COLAR CREATIV INDUSTRI. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(3), 1-10.
doi:<https://doi.org/10.6578/triwikrama.v2i3.917>

- Putra, R. A. (2021). Peran Identitas Visual dalam Membangun Branding Daerah Wisata. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 77-88.
- Putra, R. W. (2020). *Pengantar Desain komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Restaningrum, R. O., & Artono. (2025). DINAMIKA SENI TARI KENAREN DESA BRUMBUNG KECAMATAN KEPUNG KABUPATEN KEDIRI TAHUN 2015 – 2021. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 69-78.
- Risanti, S. (2023, 5 9). *news*. Diambil kembali dari fortuneidn.com: <https://www.fortuneidn.com/news/jumlah-deswa-wisata-di-indonesia-00-z4fpb-gr151r>
- Riyadi, A., Mudhofi, M., Hamid, N., & Malik, H. A. (2023). Pengembangan Masyarakat Desa Terpadu Berbasis Potensi Lokal di Jamean Kalibeber Mojotengah Wonosobo. *Jurnal UIN Banten*.
- Rustan, S. (2013). *Mendesai Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Said, A. A. (2019). MENDESAIN LOGO. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain –UNM. Vol. 6, No. 3*, 159-168.
- Saleh, A., Setianti, Y., & Budiana, H. R. (2023). Mang Ntat Mascot as branding strategy of Statistics of West Java Province. *Jurnal Manajemen Komunikasi, Vol. 8, No. 1*, 80-99. doi:<https://doi.org/10.24198/jmk.v8il.43154>
- Sari, V. M., Lutfiati, D., Kusianti, N., & Wilujeng, B. Y. (2024). KAJIAN BENTUK DAN MAKNA TATA RIAS, BUSANA, DAN AKSESORIS TOKOH DEWI SEKARTAJI PADA UPACARA ADAT CEPROTAN DI DESA SEKAR KOTA PACITAN. *ejournal, 13(3)*, 293-302.
- Semara, I. M., Nirmalasari, N. L., & Chandra, I. K. (2025, 6). PENGUATAN BRANDING DAN KAPASITAS POKDARWIS DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA SELUMBUNG YANG BERKELANJUTAN. *Segawati, 4(1)*, 67-73.
- Setiawan, A. (2021). Gestalt principles in logo design. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Indonesia, 10(2)*, 45-56.
- Setyowati, E. (2019, Juli). TATA KELOLA PEMERINTAHAN DESA PADA PERBEDAAN INDEKS DESA MEMBANGUN (IDM): STUDI TIGA DESA DI KABUPATEN MALANG. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 9(2)*, 170-188.
- Sinaga, E. F., Manik, S., & Pasaribu, T. K. (2025). The Study of Sign (Icon, Index, and Symbols) as Found in Sun Plaza Mall by Using Pierce's Theory. *ALACRITY : Journal of Education, 5(01)*, 85-95. doi:<https://doi.org/10.52121/alacrity.v5i1.535>
- Stratten, S., & Stratten, A. (2018). *UnBranding : 100 Branding Lessons for the Age of Disruption*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

- Subhaktiyasa, P. G. (2024, 11). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 27212731.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyanto, & Sofianto, A. (2012). MODEL PEMBANGUNAN DESA TERPADU INOVATIF DI JAWA TENGAH. *Jurnal Bina Praja*, 251-260.
- Swasty, W., Utami, L. A., Ronggowarsito, B. I., & Yudiarti, D. (2024). Identifying the Meaning of Colors as Design Information for Design Tools: A Systematic Literature Review. *Journal of Visual Art and Design*, 16(2), 205-228. doi: <https://doi.org/10.5614/j.vad.2024.16.2>
- Tarlakazan, E., & Tarlakazan, B. E. (2024). The Importance Of Local Factors In Visual Identity Design. *INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES AND ART RESEARCH*, 175-190.
- Tirana, S., & Utomo, N. W. (2025, 8). Perancangan Maskot Sebagai Media Promosi Kiddy.Id. *Jurnal Ilmiah Teknik dan Desain*, 1(2), 193-203.
- Tohari, B. (2025, 9 24). Wawancara dengan Bapak Tohari. (R. J. Firmansyah, Pewawancara)
- Umar. (2018, 12 30). *news*. Diambil kembali dari bernas.id: https://www.bernas.id/2018/12/37791/66629-museum-mini-desa-brumbung-saranaedukasi-dan-wisata-sejarah/?utm_source=chatgpt.com
- Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Yudhanto, S. H., Aji, R. I., & Sutejo, A. (2024). INTERPRETASI IKONOLOGIS KUANTITATIF ILUSTRASI TOKOH PADA VISUAL SAMPUL MAJALAH TEMPO. *Andharupa : Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(04), 478-493. doi:<https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i04.9067>
- Zubair, A. C. (2004). Membangun Kesadaran etika Multikulturalisme di Indonesia. *Jurnal Filasafat*, 119-126.